

ABSTRACT

BOY CENLY DWI SANDES PASELLA, OPTIMIZING CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT IN PROVIDING LAPTOP PURCHASE RECOMMENDATIONS AT THE KAITO COMPUTER & CCTV STORE

Laptops represent a form of technological advancement widely utilized in various fields such as work, education, and entertainment. However, many users often encounter challenges in selecting a laptop that suits their needs. Even with a sufficient budget, choosing a suitable laptop is not an easy task, and this difficulty can lead to suboptimal utilization of the laptop for the user's requirements. Therefore, this research aims to address this issue by developing a decision support system. The decision support system is employed as an effort to recommend laptops to buyers. The method utilized in this decision support system is SMART (Simple Multi Attribute Rating Technique). This research aims to provide laptop purchase recommendations based on user attributes, usage, budget, screen size, facilitating the decision-making process for consumers. The implementation of the SMART method at Kaito Computer & CCTV Store is expected to enhance consumer satisfaction by offering more personalized recommendations. Thus, this study not only contributes to consumers' understanding of technological needs but also has the potential to strengthen the relationship between consumers and service providers.

Keywords: SMART, *Simple Multi Attribute Rating Technique, Laptop Recommendations*

ABSTRAK

BOY CENLY DWI SANDES PASELLA, OPTIMALISASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM MEMBERIKAN REKOMENDASI PEMBELIAN LAPTOP PADA TOKO KAITO KOMPUTER & CCTV

Laptop merupakan bentuk dari perkembangan teknologi yang banyak digunakan dalam berbagai bidang seperti pekerjaan, pendidikan, dan hiburan. Namun, banyak pengguna terkadang menghadapi kendala dalam memilih laptop yang sesuai dengan kebutuhan mereka, walaupun memiliki budget yang cukup memilih laptop yang cocok dan sesuai bukanlah hal yang mudah, hal tersebut dapat membuat penggunaan laptop yang tidak optimal terhadap kebutuhan penggunanya. Untuk itu, pada penelitian ini akan mengatasi masalah tersebut dengan mengembangkan sistem pendukung keputusan. Sistem pendukung keputusan digunakan sebagai upaya dalam merekomendasi laptop kepada pembeli. Adapun metode yang digunakan dalam sistem pendukung keputusan ini adalah SMART (*Simple Multi Attribute Rating Technique*). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi pembelian laptop yang berlandaskan pada atribut user, penggunaan, budget, ukuran layar, sehingga dapat mempermudah pengambilan keputusan pembelian bagi konsumen. Implementasi metode SMART di Toko Kaito Komputer & CCTV diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen melalui penyediaan rekomendasi yang lebih terpersonalisasi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi pada pemahaman konsumen terhadap kebutuhan teknologi, tetapi juga berpotensi memperkuat hubungan antara konsumen dan penyedia layanan.

Kata kunci: SMART, *Simple Multi Attribute Rating Technique*, Rekomendasi Laptop